

организации». – 4-е изд., стер. – М.: Омега- Л., 2018. – 380 с.

2. Ретнюк В. Краткий путеводитель по беспроводным технологиям «Интернета вещей» / Control engineering. Россия. Декабрь 2017. Режим доступа: <https://controlengrussia.com/besprovodny-e-tehnologii/putivoditel-iot-1/>. (дата обращения 10.11.2018).
3. Финансовые показатели Apple [Электронный ресурс] / TADVISER. Государство. Бизнес. IT. 2018. Режим доступа: [http://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%A4%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B5\\_%D0%BF%D0%BE%D0%BA%D0%B0%D0%B7%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B8\\_Apple](http://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%A4%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B5_%D0%BF%D0%BE%D0%BA%D0%B0%D0%B7%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B8_Apple) (дата обращения 12.11.2018).

## **КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ**

**А.С. Шамрилова, В.В. Шумкина**  
Научный руководитель Ю.И. Ряжева

Динамика и скорость – именно этими терминами можно описать сегодняшний мир. Для того, чтобы оказаться в этом мире жизнеспособным, необходимо постоянно меняться вместе с ним, нужно постоянно развивать новые знания и умения, а также правильно пользоваться ими.

Современная экономика также находится в постоянном развитии. Поэтому, чтобы компании не оставались «за бортом», им необходимо постоянно эволюционировать. Сегодня для того, чтобы компания находилась в соответствии со временем, она должны начинать с перестройки самой себя.

Предприятие должно иметь потенциал, который сможет своевременно и адекватно реагировать на воздействия внешней среды, а так же иметь возможность изменять эту среду. Этот потенциал в большей части обеспечивается таким определением как корпоративная культура [2].

Корпоративная культура призвана помогать работникам предприятия более эффективно выполнять свои обязанности в деятельности компании и получать от этого удовлетворение, что, в свою очередь, приведет к улучшению показателей эффективности деятельности предприятия в целом.

Корпоративная культура является сильным стратегическим инструментом, ее правильное использование дает возможность направлять всех сотрудников предприятия на общие цели и задачи, заинтересовать их, привлечь к инициативности, а так же облегчить общение между отделами и подразделениями [4].

Под корпоративной культурой признано считать систему традиций, ценностей, норм и правил, которые принимаются всеми сотрудниками. Корпоративная культура по сути это философия и идеология управления организацией, она дает возможность предвидения поведения сотрудника в критических ситуациях. Корпоративная культура состоит из следующих компонентов, которые приведены на рисунке 1 [7].



*Рисунок 1. Компоненты корпоративной культуры.*

Философия организации является первым элементом. Сущность его заключается в том, что сначала должна появиться идея создания организации и определения ее цели, которая затем выражается в миссии.

Основное предназначение миссии заключается в том, чтобы дать полное представление окружающим о компании: чем занимается, чего хочет достичь, какие инструменты использует, каких принципов придерживается.

Ценности, присутствующие в организации, выступают вторым элементом корпоративной культуры. Корпоративные ценности связывают духовный мир сотрудников с культурой организации. На основе ценностей вырабатываются формы и нормы поведения в организации. От созданных руководителем ценностей зависит климат организации, отношения между сотрудниками. Все корпоративные ценности условно можно подразделить на главные и второстепенные. К главным ценностям можно отнести: отношения между сотрудниками, главная цель функционирования организации, дисциплинированность и т.д. Ценности, которые не оказывают сильного влияния на организацию деятельности предприятия, являются второстепенными.

Следующим компонентом корпоративной культуры является организационные нормы поведения сотрудников. Эффективность достижения каких-либо результатов зависит от того, как выполняется установленный между структурными подразделениями порядок, являющийся основой стабильности. Соблюдение порядка в организации возможно только при соблюдении сотрудниками трудовой дисциплины (вовремя приходить на работу, выполнять обязанности, согласно должностной инструкции занимаемой должности и т.д.). Простота и ясность истолкования существующих норм поведения позволяет сотрудникам чувствовать себя на рабочем месте более комфортно, так как предъявляемые к ним правила им понятны. Сотрудник выстраивает свою модель поведения таким образом, что появляется чувство уверенности в своих действиях и уменьшается тревожность в связи с действиями другими сотрудниками, потому что каждый,

устраиваясь в организацию, принимает установленные там правила и старается их выполнять [8].

Атмосфера, присутствующая в организации, между сотрудниками, образует определенный климат, который может быть как благоприятным, так и неблагоприятным. При благоприятном климате сотрудники хорошо ладят между собой, чувствуют себя одной большой семьей, удовлетворены своей работой, а при неблагоприятной обстановке ситуация складывается прямо противоположная. Психологический климат является еще одним компонентом корпоративной культуры.

Пятый компонент – символика компании. Единый стиль в одежде с символикой организации, календари, ручки и другие сувениры, как правило, вызывают чувство гордости. Также данные атрибуты являются одним из способов создания единой команды в компании.

Шестой элемент – традиции и ритуалы. Традиции представляют собой определенный порядок поведения и взаимодействия в компании, сформировавшийся в процессе ее становления и соответствующий, по мнению сотрудников организации, ее наследию. Ритуалами являются повторяющиеся процедуры и действия, имеющие символическое значение. Ритуалы на сознательном и бессознательном уровнях оказывают определенное эмоциональное воздействие на работников компании, создавая у них ощущение единства [3].

Достижение успеха, стабильного положения на рынке возможно с помощью использования в своей деятельности корпоративной культуры. В настоящее время большинство компаний стремится к применению данного инструмента, так как уровень конкуренции на рынке достаточно высок, в ход идут разные способы. Отсутствие корпоративной культуры в организации, как правило, дает другие результаты, здесь имеется в виду то, что сотрудники придерживаются принципа «каждый сам за себя», что не позволит достичь общей цели [5]. Также необходимо отметить, что корпоративная культура должна соответствовать современным условиям, которые формируются из

уровня развития технологий, экономики, специфики российского законодательства и менталитета, а также особенностей работы самой организации. Корпоративная культура должна содействовать достижению поставленных целей, а, следовательно, повышению эффективности деятельности предприятия.

### ***Список использованных источников***

1. Козлова Е. Г. Корпоративная культура в конкурентоспособности организации // Научный альманах. 2016. № 2–1 (16). С. 198–202.
2. Ладыгин О. О. Модель культуры отечественных организаций как отражение базовых ценностей россиян // Наука Красноярья. 2014. № 3 (14). С. 85–97.
3. Мануйлова Ю., Коломыц О. Н. Корпоративная культура как стимулирующий стратегический инструмент для эффективного функционирования организации // Новая наука: От идеи к результату. 2016. № 3–1 (72). С. 143–146.
4. Пименова Д. В., Бодрова О. Г. Корпоративная культура как фактор повышения эффективности деятельности предприятия // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. 2014. № 3 (11). С. 66–70.
5. Попова М. А. Корпоративная культура как важнейший фактор успеха современной организации // Научно-практические исследования. 2017. № 7 (7). С. 148–150.
6. Рычкова А. А. Корпоративная культура современной компании. Генезис и тенденции развития. Монография. Казань: Бук. 2015. 180 с.
7. Сажаева Г. А. Персонал как движущая сила инноваций // Молодежный научно-технический вестник. 2016. № 12. С. 27.
8. Шелякина А. В. Корпоративная культура организации // Молодой ученый. 2018. №14. С. 206-209.